

ABSTRAK

Keefektifan Iklan Dengan Penggunaan Celebrity Endorser dan Pengaruhnya Pada Kesadaran Merek Sepeda Motor Yamaha Mio di Bandar Lampung

Oleh
Fitrah Abung Mukmin

Salah satu industri yang sangat berkembang saat ini adalah industri sepeda motor. Industri ini telah melahirkan berbagai merek motor diantaranya Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki dan merek-merek lainnya. Banyaknya merek motor tentunya membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat dalam memasarkan produknya. Market share motor matik Yamaha pada tahun 2016 sekitar 10% dari total pangsa pasar motor otomatis. Usaha Yamaha untuk meningkatkan penjualan motornya salah satunya menggunakan selebriti dalam iklan agar pengiklanan produknya lebih efektif. Selebriti yang digunakan adalah Tatjana Saphira dan Aliando untuk mengiklankan produk Yamaha Mio. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keefektifan iklan terhadap kesadaran merek motor Yamaha Mio di Lampung apabila dimoderasi oleh celebrity endorser.

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi moderasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban 100 orang pemakai sepeda motor Yamaha Mio. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dapat memperkuat pengaruh keefektifan iklan Yamaha Mio terhadap kesadaran merek sepeda motor Yamaha Mio di Bandar Lampung secara positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *celebrity endorser* dan keefektifan iklan berpengaruh secara parsial terhadap terhadap kesadaran merek. Implikasi yang didapatkan dari penelitian ini, ialah pihak pemasar Yamaha Mio disarankan mendesain dan menampilkan iklan dengan visualisasi, alur cerita dan slogan yang lebih baik dan menampilkan iklan dengan selebriti endorser yang lebih baik dalam menimbulkan keinginan untuk mencoba motor tersebut. Selain itu pihak pemasar Yamaha Mio disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan konsep pemasaran sepeda motor Yamaha Mio demi mempertahankan bahkan meningkatkan kesadaran konsumen akan merek sepeda motor dengan merek Yamaha Mio.

Kata Kunci: *celebrity endorser*, keefektifan iklan, kesadaran merek.

ABSTRACT

The Influence of Advertising Effectivity if Moderated By Celebrity Endorser on Yamaha Mio Motorcycle Brand Awareness in Bandar Lampung

**By
Fitrah Abung Mukmin**

One of the growing industries nowadays is the motorcycle industry. This industry is developing various motorcycle brands such as Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki and etc. The diversification of motorcycle brands causing high competition level in the selling process. Yamaha matic motorcycle market share in 2016 is about 10% from total matic motorcycle market share. One of Yamaha's efforts in increasing sales is by using celebrity endorsers in their advertising. The celebrity that being The purpose of this study is to analyze the influence of advertising effectivity on Lampung Yamaha Mio motorcycle brand awareness if it is moderated by celebrity endorser.

This study is analyzed using moderated regression analysis. The data that being used in this study is obtained from 100 Yamaha Mio motorcycle user responses on the questionnaire. The finding in this study is the celebrity endorser can enhance significantly the influence of Yamaha Mio advertising effectivity on Bandar Lampung Yamaha Mio brand awareness positively.

This study also finds that partially celebrity endorser and advertising effectivity have positive influence on brand awareness. Implication from this study is Yamaha Mio marketer is suggested to design and display the advertising with better visualization, storyline, motto and better celebrity endorser to increase the consumer awareness and intention to buy and use the Yamaha Mio motorcycle.

Kata Kunci: celebrity endorser, keefektifan iklan, kesadaran merek.